

ABSTRAK

Persaingan antar perusahaan saat ini sangat ketat, sehingga manajemen perusahaan berupaya untuk memberikan rencana pemasaran yang kreatif dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dan mampu memberikan orientasi penciptaan produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *experiential marketing*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Mitra Pinasthika Mustika Surabaya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang datang ke dealer Honda PT Mitra Pinasthika Mustika Surabaya. Sampel penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yakni dengan 100 responden dengan berdasarkan karakteristik responden yang sudah ditentukan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS 20.

Hasil dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil *experiential marketing* dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *experiential marketing*, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Recently, the competition among companies is very tight. Therefore, the company management gives its effort to provide creative marketing plan by providing the best service and product orientation creation to meet the customers wants and needs.

This research aimed to examine the effect of experiential marketing, product and service quality on customers satisfaction of PT. Mitra Pinasthika Mustika, Surabaya. While, the population was all consumers of Honda dealer PT. Mitra Pinasthika Mustika, Surabaya. Moreover, the data collection technique used non probability sampling with accidental sampling as its technique. In line with, there were 100 respondents, which had been collected based on criteria given. Furthermore, the instrument used questionnaires. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS version 20.

This research result concluded that the result of experiential marketing and product quality had significant and positive effect on the customers satisfaction. On the other hand, service quality had positive, but insignificant effect on the customers satisfaction.

Keywords: Experiential Marketing, Product Quality, Service Quality, Customers Satisfaction.